

добывающий сектор, а как известно, продажа сырья для страны – это огромные экономические потери. Именно поэтому постиндустриальные страны практически не экспортируют сырье, а потребляют ресурсы сами.

В 2014 г. бюджет страны составил 157,7 млн долл. США, при этом расходы составили 205,4 млн что говорит о дефиците бюджета страны, который составил 2,8 % от ее ВВП по данным на 2014 г. Уровень инфляции вырос в 6 раз по сравнению с 2013 г. и составил 9 % вместо 1,5 % [1].

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что все указанные показатели социально-экономического развития Центральноафриканской Республики свидетельствуют о том, что страна не случайно считается самой бедной страной в мире. Основными ограничениями для экономического развития страны, на наш взгляд, являются следующие аспекты: отсутствие выхода к морю, неразвитая транспортная система, в основном неквалифицированная рабочая сила и наследие неправильной макроэкономической политики, чрезвычайно неравное и неэффективное распределение доходов и нерациональное использование грантов, предоставляемых Францией и международным сообществом, которые страна получает ежегодно.

Литература

1. The World Factbook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html> – Дата доступа: 20.04.2015.
2. Маценко, И. Б. Наименее развитые страны Африки: перспективы развития / И. Б. Маценко // Азия и Африка сегодня. – 2013. – № 11. – С. 27–32.
3. Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info> – Дата доступа: 20.04.2015.

Доминантные преимущества осуществления прямых поставок отечественными промышленными предприятиями

*Матлаш В. В., студ. IV к. ГГТУ им. П. О. Сухого,
науч. рук. ст. преп. Бердин А. Ю.*

Прямые продажи являются самой короткой и, с точки зрения получения максимальной прибыльности, оптимальной формой распределительной политики. Доминантные преимущества, которые получают предприятия при организации сбыта посредством прямых продаж представим на рис. 1.

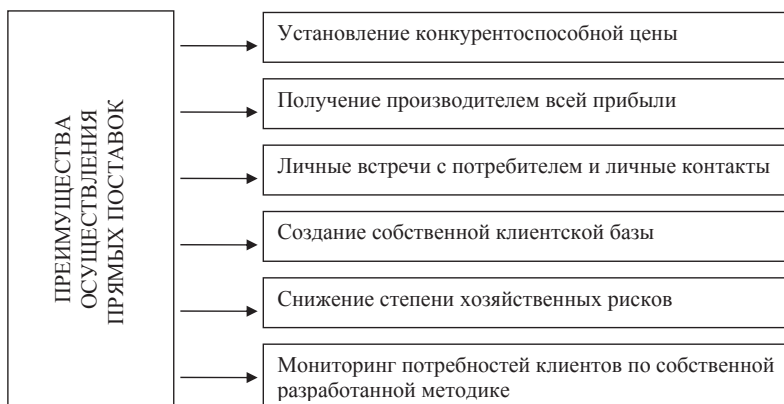


Рис. 1 – Преимущества организации поставок через прямой канал распределения

Необходимо отметить, что наличие в сбытовой цепочке посреднических организаций изначально обуславливает тот факт, что предприятие вынуждено делиться определенной частью потенциальной экономической прибыли, которую будут получать посреднические организации. Прямые поставки обуславливают сбытовой канал нулевого уровня, а соответственно, и вся потенциальная экономическая прибыль остается в распоряжении предприятия и составляет все 100 % от дельты между рыночной ценой и полной себестоимостью производителя.

Предприятие-производитель работает с конечным потребителем в прямом контакте. В ряде случаев при развитой цепочке посредников производитель вообще не имеет никакого контакта с конечными потребителями, не владеет рыночной ситуацией, не может отслеживать конечный уровень цен. При работе посредством прямых поставок производитель обеспечивает себе возможность проведения постоянного мониторинга как рыночной ситуации в целом, так и потребностей отдельного клиента в частности. За счет этого предприятие не допустит завышения торговых посреднических наценок, за счет чего клиенты будут получать продукцию по конкурентоспособным ценам.

При прямых поставках предприятие-производитель в полной мере контролирует весь процесс и не рискует быть введенным в заблуждение торговыми посредниками и упустить тенденции угроз внешней среды, протекающие на уровне конечных потребителей продукции, вследствие того, что посредники будут заинтересованы только в единовременной высокой прибыли, а не формировании стратегической конкурентоспособности предприятия-производителя. Не работая напрямую с потребителями, невозможно

осуществлять адекватный мониторинг динамики потребностей и оценки удовлетворенности, в связи с чем предприятие может упустить время, которое необходимо для того, чтобы принять комплекс упреждающих адаптивных действий, необходимых для поддержания конкурентоспособности продукции производителя.

Предприятие-производитель будет самостоятельно управлять собственной клиентской базой. Наличие собственной клиентской базы позволяет оперативно управлять всеми процессами в области маркетинга и сбыта, а главное, предотвращает потенциальную возможность коммерческого шантажа со стороны посредников в том случае, когда предприятия не имеет самостоятельного выхода на конечных потребителей и рискует в среднесрочном периоде остаться без продаж. Ведь если посредник, не достигнув договоренности с производителем относительно ценового уровня, объемов выделенных квот или условий поставки, прекратит приобретать продукцию предприятия, то производитель останется без оборотных средств. Поскольку все контакты с конечными потребителями были завязаны на посреднике, то предприятию потребуется много времени, чтобы выйти на рынок и восстановить объемы продаж, посредник же может перейти к другому производителю.

Полностью нивелируются риски недобросовестного ведения бизнеса со стороны посреднических организаций. Предприятие будет самостоятельно контролировать все финансовые потоки и прочие взаимоотношения с клиентами. Вследствие этого вероятность возможного банкротства посреднических структур, приостановление их деятельности на время проверок, а также недобросовестное ведение бизнеса со стороны посреднических структур будет нивелирована. Предприятие, помимо самостоятельного ведения договорной работы и выработки ценовой политики, осуществляет планирование своей политики распределения объемов произведенной продукции. При работе в непосредственном контакте с потребителями это позволяет выработать оптимальные инструменты и методы логистики, контроля и учета реализации.

Advertising with a human face or how to touch human hearts

*Матряшина Т. В., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. ст. преп. Яковчиц Т. Н.*

In modern world there are advertisements that gain popularity as many films or music videos do. Famous advertisements with Cola-cola featuring Pierce Brosnan or Pepsi with Michael Jackson make some examples of them. Today the popularity of advertisements can be accelerated by the Internet and social